

Pressemitteilung

September 2020

„Nothing New, Everything New“: Heimtextil gibt Trendrichtung für 2021/22 vor

Stefan Jakob
Tel. +49 69 75 75-58 22
stefan.jakob@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.heimtextil.messefrankfurt.com

„Nothing New, Everything New“: Die Heimtextil kündigt das Motto der Trendsaison 21/22 an und gibt einen Ausblick auf die Designthemen zur internationalen Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien vom 12. bis 15. Januar 2021 in Frankfurt am Main.

Gemeinsam mit dem Heimtextil „Trend Council“ haben die Messeverantwortlichen eine Trendprognose für die kommende Saison erarbeitet und am 1. September 2020 in einer Online-Konferenz live aus Frankfurt am Main vorgestellt. „Nothing New, Everything New“ – so lautet das übergeordnete Trendthema zur kommenden Heimtextil. Die Mitglieder des „Trend Councils“, Anja Bisgaard Gaede von SPOTT Trends & Business, Anne Marie Commandeur vom Stiljnstituut Amsterdam und Kate Franklin und Caroline Till vom Londoner Studio FranklinTill, teilten ihre Einblicke in die Zukunft der Branche und schufen eine Vision, wie wir uns morgen einrichten. Im ab sofort erhältlichen Trendbuch werden die Designthemen bereits jetzt zum Leben erweckt. Das Highlight in Sachen Trends stellt die umfassende Inszenierung während der Heimtextil in der Halle 3.0 dar. Bei allen Trendmaßnahmen übernimmt in dieser Saison erstmals SPOTT Trends & Business aus Dänemark die Regie.

Anspruch an Produkte verändert sich

„Was gibt es Neues in dieser Saison?“ – eine Frage, die in der Lifestyle-Branche seit Jahr und Tag immer wieder gestellt wird. Neue Trends und die stetigen Veränderungen in unserer Kultur und Gesellschaft sind es, die Lifestyle-Produkte entstehen lassen. Während Textilien und Konsumgüter im Allgemeinen früher rein aus der Notwendigkeit heraus gekauft wurden, veränderte sich der Anspruch an die Produkte im 20. Jahrhundert: Lifestyle-Produkte sollten den Käufern Freude bereiten und mussten nicht mehr ein Leben lang halten. Doch jetzt ist die Zeit reif, noch einen Schritt weiter zu gehen und das Verständnis von „neu“ zu überdenken. Konsumenten und die Branche hinterfragen existierende Systeme und lassen neue Arbeitsweisen entstehen. Willkommen bei „Nothing New, Everything New“.

Krise als Antreiber von Innovationen

Die ersten beiden Jahrzehnte dieses Jahrtausends haben die ein oder andere Herausforderung für Industrie und Handel mit sich gebracht – allen voran die gegenwärtige Corona-Pandemie, die die Welt in den letzten Monaten nahezu zum Stillstand gebracht hat. Doch Krisen sind immer auch Antreiber von Innovationen. In der Textilbranche erweisen

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

sich insbesondere Digitalisierung und Nachhaltigkeit als die gegenwärtig omnipräsenten Innovationsthemen. Die Corona-Pandemie sorgt dafür, dass beide Themen in der Wohntextilbranche noch stärker an Bedeutung gewinnen. Hierzu liefern die Heimtextil Trends 21/22 einen Überblick über den Status quo der Entwicklungen. Daneben dürfen sich Besucher des „Trend Space“ auf eine Inszenierung der neuen Farben, Materialien und Designs freuen. Vier Trendwelten bilden dabei die gesammelten Inhalte ab: „Repurpose“, „Rewild“, „Reinforce“ und „Revive“.

Neue Materialien auf nachhaltiger Basis

Nach der Premiere im Januar 2020 wird es eine zweite Ausgabe der „Future Material Library“ im kommenden Jahr auf der Heimtextil geben. FranklinTill stellt eine Sammlung mit spannenden Materialien aus der ganzen Welt vor. Besucher können die Beschaffenheit und das Potenzial noch unbekannter Materialinnovationen bestaunen. Die „Future Material Library“ lädt dazu ein, sich in experimentelle Ansätze und revolutionäre Denkweisen zu vertiefen.

Nachhaltig konzipierter „Trend Space“

Nach der Lancierung des „Material Manifests“ vor einem Jahr verpflichten sich die Designer zu einer nachhaltigen Gestaltung des „Trend Space“. Es gilt möglichst wenig Müll zu produzieren, wiederverwertbare Materialien zu nutzen und somit den ökologischen Fußabdruck so gering wie möglich zu halten. Entworfen wurde das Areal von SPOTT Trends und Business und dem dänischen Raumgestaltungsstudio MODUS A/S.

Besondere Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen

Der „Trend Space“ zur Heimtextil 2021 wird nach dem Hygiene- und Sicherheitskonzept umgesetzt, das die Messe Frankfurt in Abstimmung mit den Behörden erarbeitet hat. Präsentationsfläche und das Vortragsareal sind groß genug, um den vorgegebenen Sicherheitsabstand von 1,50 Metern einhalten zu können.

Übersicht der Heimtextil Trends 21/22

„Repurpose“

Was kann alles aus bereits bestehenden Stoffen erschaffen werden? „Repurpose“ erzählt die Produktentwicklung in der Textilindustrie neu: Während der klassische Designprozess damit beginnt, neue Rohstoffe zu beschaffen, geht es beim Trend „Repurpose“ darum, gebrauchte Materialien für neue Produkte zu nutzen. Von der Kreation bis zur Kuratation – „Repurpose“ gibt vorhandenen Textilien einen neuen Zweck und würdigt das, was bereits hergestellt wurde. „Repurpose“ steht für einen Trend, der in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen wird.

„Rewild“

Welcome to the jungle: Die Menschen haben in der postmodernen Welt den Bezug zur Natur verloren. Das hat auch Auswirkungen darauf, wie Individuen das Ökosystem, in dem sie leben, verstehen und wie sie es

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 12. bis 15. Januar
2021

nutzen. Der Trend „Rewild“ thematisiert die Rückkehr zum ursprünglichen, wilden Zustand der Natur. Es geht darum, die Weisheit der Natur zu verstehen und von ihr zu lernen: Natürliche Ressourcen werden wiederentdeckt und in einem modernen Kontext angewendet. So können nachhaltige und regenerative Lösungen die Produktentwicklung der Branche bereichern. Schätze der Natur, indigene, wilde und grundlegende Lebensbedingungen – all das spiegelt sich visuell und textil im „Rewild“-Trend wider.

„Reinforce“

Roh, belastbar, ausdrucksstark: Für den Trend „Reinforce“ stehen die Stärkung von Materialien und ein vom Brutalismus geprägtes Design im Vordergrund. Die Stimmung von „Reinforce“ ist einfach und mutig, der Look ehrlich, robust und minimalistisch. Inspiriert ist der Trend von der schlichten Funktionalität und Beständigkeit skandinavischen Designs. Schwere und beständige Materialien stehen im Fokus und schaffen handfeste Textilien für die Ewigkeit – sowohl visuell als auch kompositorisch.

„Revive“

Kreativität und jugendlicher Aktivismus: Der Trend „Revive“ reflektiert die Haltung und das Verhalten gegenüber der „Welt der Dinge“ in der heutigen Zeit. Es gibt keine Regeln: Statt den Fokus auf die Ergebnisse zu legen, ist das Ziel des Trends die emotionale Befriedigung während des Prozesses des Kreierens, Experimentierens und Lernens. Es geht darum, sich wieder mit den menschlichen Fähigkeiten zu verbinden und den „Flow“-Zustand im Kurationsprozess wiederzubeleben und zu würdigen – das Endprodukt ist dabei zweitrangig. Während Reparaturen früher noch als rein handwerkliche Tätigkeit angesehen wurden, ist der Akt des Reparierens heute eine schöpferische Methode – der Experimentierfreudigkeit sind keine Grenzen gesetzt.

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.heimtextil.messefrankfurt.com/journalisten

Weitere Informationen:

www.heimtextil.messefrankfurt.com

www.heimtextil-trends.com

www.heimtextil-blog.com

www.facebook.com/heimtextil

www.twitter.com/heimtextil

www.youtube.com/heimtextil

www.instagram.com/heimtextil

Informationen zum Schutz- & Hygienekonzept der Messe Frankfurt:

www.messefrankfurt.com/hygiene

Newsroom:

Informationen aus der internationalen Textilbranche und zu den weltweiten Textilmessen der Messe Frankfurt

www.texpertise-network.com

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 12. bis 15. Januar
2021

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Annähernd 2.600 Mitarbeiter an 29 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 736 Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent. Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

Heimtextil
Internationale Fachmesse für Wohn- und
Objekttextilien
Frankfurt am Main, 12. bis 15. Januar
2021